LE MAGAZINE DE LA RESTAURATION JAPONAISE N°47 - été 2016

WASABI

www.wasabi.fr



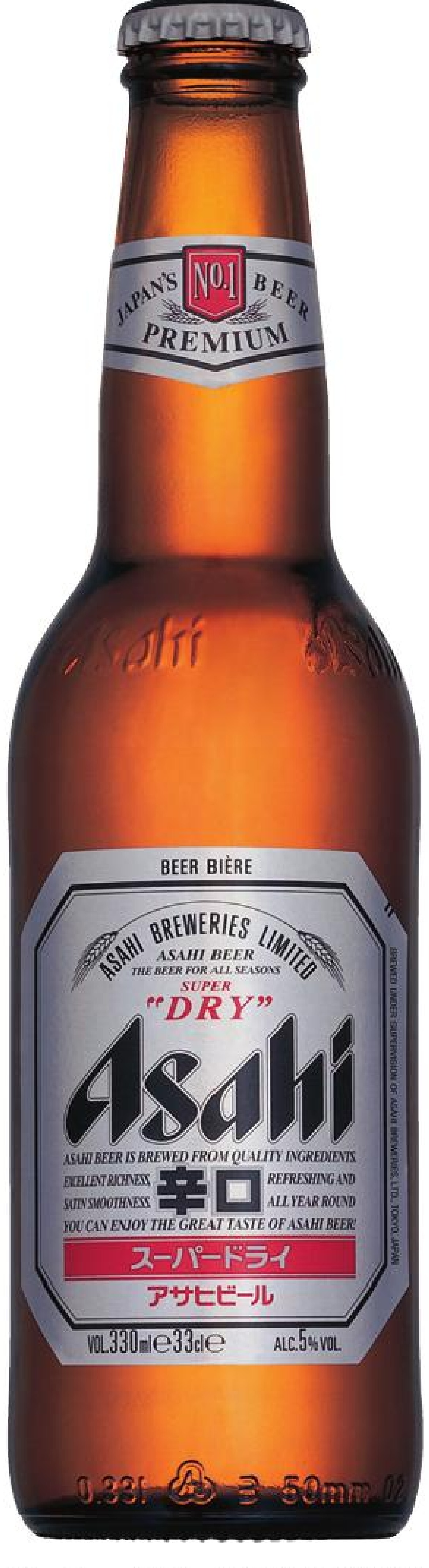
RESTAURATION
Les nouvelles tendances 2016

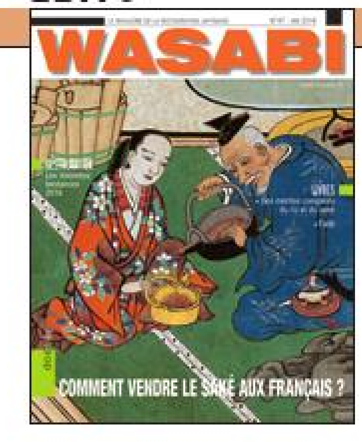
LIVRES
• Des mérites comparés du riz et du saké
• Fade

dossier

COMMENT VENDRE LE SAKÉ AUX FRANÇAIS ?


Asahi
JAPAN'S No.1 BEER


JAPAN'S No1 BEER
PREMIUM
BEER BIÈRE
ASAHI BREWERIES LIMITED
ASAHI BEER
THE BEER FOR ALL SEASONS
SUPER
"DRY"
Asahi
ASAHI BEER IS BREWED FROM QUALITY INGREDIENTS.
EXCELLENT RICHNESS, SATIN SMOOTHNESS.
辛口
REFRESHING AND ALL YEAR ROUND
YOU CAN ENJOY THE GREAT TASTE OF ASAHI BEER!
スーパードライ
アサヒビール
VOL.330ml e 33cl e
ALC.5% VOL.



Un nouveau Wasabi au service des restaurateurs

Depuis sa création en 2004, Wasabi s'est attaché à mieux faire connaître la gastronomie japonaise à un large public. Nous estimons, aujourd'hui, avoir largement rempli la mission que nous nous étions assignée en abordant, au fil des numéros, à peu près toutes les facettes de la cuisine nipponne.

Même si nous étions lus, aussi, par les professionnels de la cuisine japonaise, nous souhaitons, aujourd'hui, nous adresser plus particulièrement à vous, restaurateurs, afin de vous apporter une information plus pointue aussi bien sur les nouveaux produits que sur les nouvelles tendances de la restauration japonaise.

Désormais, nos articles et nos enquêtes concerneront toujours des sujets liés à votre activité et pourront ainsi vous aider dans vos choix ou votre stratégie.

Pour ce premier numéro « nouvelle formule », nous vous proposons un dossier sur la façon de vendre le saké aux Français. Il n'est pas évident, en effet, de trouver les bons arguments pour encourager vos clients à choisir d'accompagner leur repas de saké plutôt que de vin ou de bière… Comment combattre les idées reçues (par exemple que le saké est un alcool fort seulement servi en fin de repas) ? Comment réaliser les meilleurs accords avec la cuisine ? Quels sont les atouts du saké par rapport au vin ? Nous avons interrogé plusieurs spécialistes - restaurateurs, sommeliers, importateurs, journalistes…- qui ont bien voulu partager avec nous leur connaissance et leur expérience du *nihonshu*, le vrai nom du saké japonais.

Nous espérons que leurs témoignages vous seront utiles.

Dans ce numéro, nous avons également analysé pour vous les dernières tendances de la restauration japonaise à Paris : cuisine nikkei, bento, ramen, bio… avec toutes les adresses de ces nouvelles enseignes.

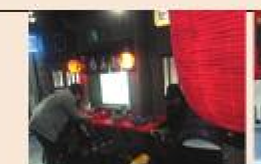
Faites-nous part de vos commentaires, de vos idées, de votre expérience mais aussi de vos questions ou de votre désir de voir traiter tel ou tel thème dans le magazine. Nous en tiendrons le plus grand compte.

Pour nous écrire : wasabi@wasabi.fr

- COUVERTURE : Editions Diane de Selliers
- RÉDACTION : Tinka **Kemptner**, Guillaume **Loiret**, Patrick **Manasson**, Raphaëlle **Marcadal**, Chihiro **Masui**, Camille **Oger**, Brigitte **Perrin**, Ryoko **Sekiguchi**, Jean-Luc **Toula-Breysse**.
- CONSEILLÈRE ÉDITORIALE : Dr Kathy **Bonan** (nutrition)
- CONCEPTION VISUELLE : Cyrille **Morillon**
- PUBLICITÉ : **01 42 08 50 47**
- IMPRESSION : **Groupe-Morault**
- DIRECTEUR DE LA PUBLICATION : Patrick **Duval**

WASABI EST UNE PUBLICATION JB MOGADOR,
119 BIS RUE CARDINET, 75017 PARIS. TÉL : 01 42 08 50 47
MAIL : **wasabi@wasabi.fr**
SITE INTERNET : **www.wasabi.fr**
ISSN : 1767-6142
Page Facebook : wasabi, le goût du Japon

SOMMAIRE





Les nouvelles tendances

2015 a vu se confirmer le développement d'un genre bien particulier : celui des restaurants de cuisine française préparée par des chefs japonais. A l'instar des pionniers Toyo (ancien chef personnel de Kenzo) ou Kei Kobayashi (ex Ducasse), d'autres chefs nippons se sont engouffrés dans la brèche tels Yoshinori Morié (l'Auberge du 15) ou Hiroki Yoshitake au Sola[1]. Encore plus pointu : l'arrivée toute récente de deux nippons proposant de la cuisine italienne de haut niveau, Koji Higaki (Restaurant l'Inconnu) et Akira Sugiura (Hôtel Lumen), a enthousiasmé la critique… Et en 2016 ?

[1] **A lire, Chefs japonais, cuisine française de François Simon et Ryoko Sekiguchi au Chêne.**

La cuisine Nikkei

En 2016, la restauration japonaise a encore élargi sa palette avec l'ouverture de **Matsuhisa** au Royal Monceau. Rappelons qu'il s'agit d'un style de cuisine nipponne fortement teintée d'influences sud-américaines. Matsuhisa est l'une des marques du groupe Nobu dont le chef, Nobu Matsuhisa, 66 ans, a littéralement créé un style culinaire après un long séjour au Pérou. Installé à Los Angeles il s'est associé à l'acteur Robert de Niro pour créer des Nobu et des Matsuhisa dans les principales capitales du monde. C'est le chef Hideki Endo (précédemment au Nobu Hong Kong) qui est aux commandes.



Le chef Nobu lors d'une démonstration à Paris.

Cette cuisine n'est d'ailleurs pas réservée à une élite puisque la chaîne **Côté sushi** a décidé d'en faire sa spécialité sous l'appellation de cuisine nikkei. Autres restaurants parisiens proposant des spécialités nippo-péruviennes : **Uma**, 7 rue du 29 juillet ou encore le tout nouveau **Manko**, 15 avenue Montaigne.

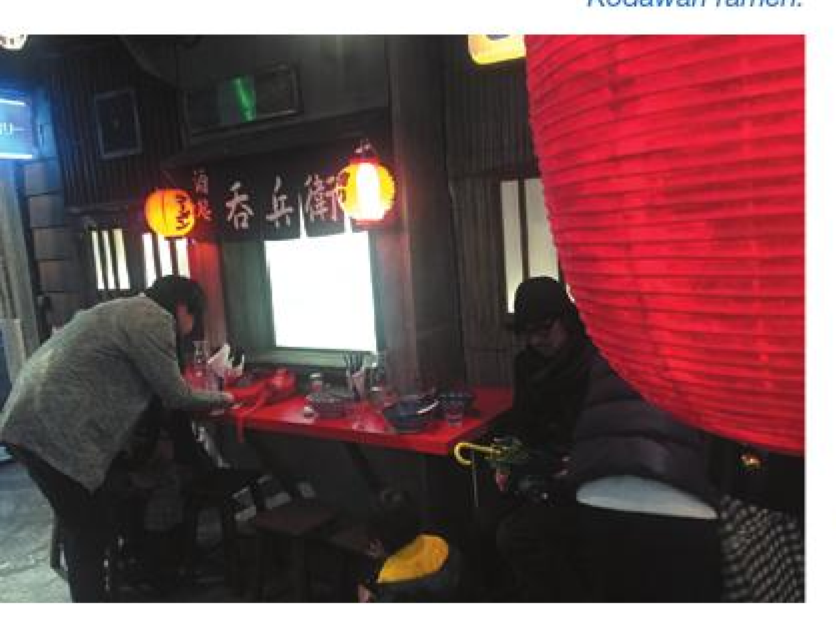
Cette gastronomie est extrêmement riche comme le confirme Martin Morales, chef du restaurant Ceviche à Londres (ouvert en 2012) : « Notre cuisine a des racines indigènes millénaires, remontant à des époques bien antérieures à la civilisation des Incas. Et elle puise aussi sa source dans les migrations qui ont eu lieu depuis 500 ans: Espagnols, Japonais, Chinois, Africains… Ces migrants ont créé ici des cuisines qui n'existent nulle part ailleurs dans le monde. »

La mode des bento et des ramen

Au mois d'avril dernier, une société de chemin de fer japonais a ouvert, à titre expérimental dans la gare de Lyon, à Paris, une boutique d'*ekiben*, bento de gare, afin d'offrir aux voyageurs une alternative aux sempiternels jambon-beurre… Une expérience qui pourrait être transformée en contrat permanent… Il semble en effet que

de la restauration japonaise à Paris

Bento de Mabento et ci-dessous, l'entrée de Kodawari ramen.



le principe de la boîte repas permettant de varier les saveurs séduise les Parisiens qui voient se multiplier les enseignes comme **Mabento** ou **Hana bento**.

La première avait ouvert sa première boutique à La Défense dès 2011 et devant le succès, vient d'en ouvrir une seconde 20 rue La Boétie. Conçus sur le modèle japonais, ses bento sont variés (7 différents chaque jour + un bento du jour) et bien équilibrés : un peu de viande, un peu de poisson, des légumes et du riz. Le tout sous la responsabilité d'une chef japonaise, Yoko Hashimoto.

La seconde, Hana bento, a été créée par l'équipe du restaurant gastronomique **Kura**. Une première boutique ouverte en 2014 rue Bois-Le-Vent a permis de vérifier la pertinence du concept : deux nouveaux établissements au 33 rue de Bourgogne, Paris 7ᵉ et au 96 rue Cambronne, Paris 15ᵉ ouvrent le 15 juin de cette année.

Autre ouverture remarquée en ce début d'année, celle de **Kodawari ramen**, une nouvelle enseigne de nouilles japonaises installée dans un local situé 29 rue Mazarine aménagé comme une ruelle de Tokyo des années 50. Une formule qui a vite trouvé son public : le restaurant ne désemplit pas ! Quelques mois plus tôt, la société de nouilles **Ippudo** avait ouvert sa première adresse à Paris, 14 rue Grégoire de Tours. Gros succès également.

Le bio et le « bon pour la santé »

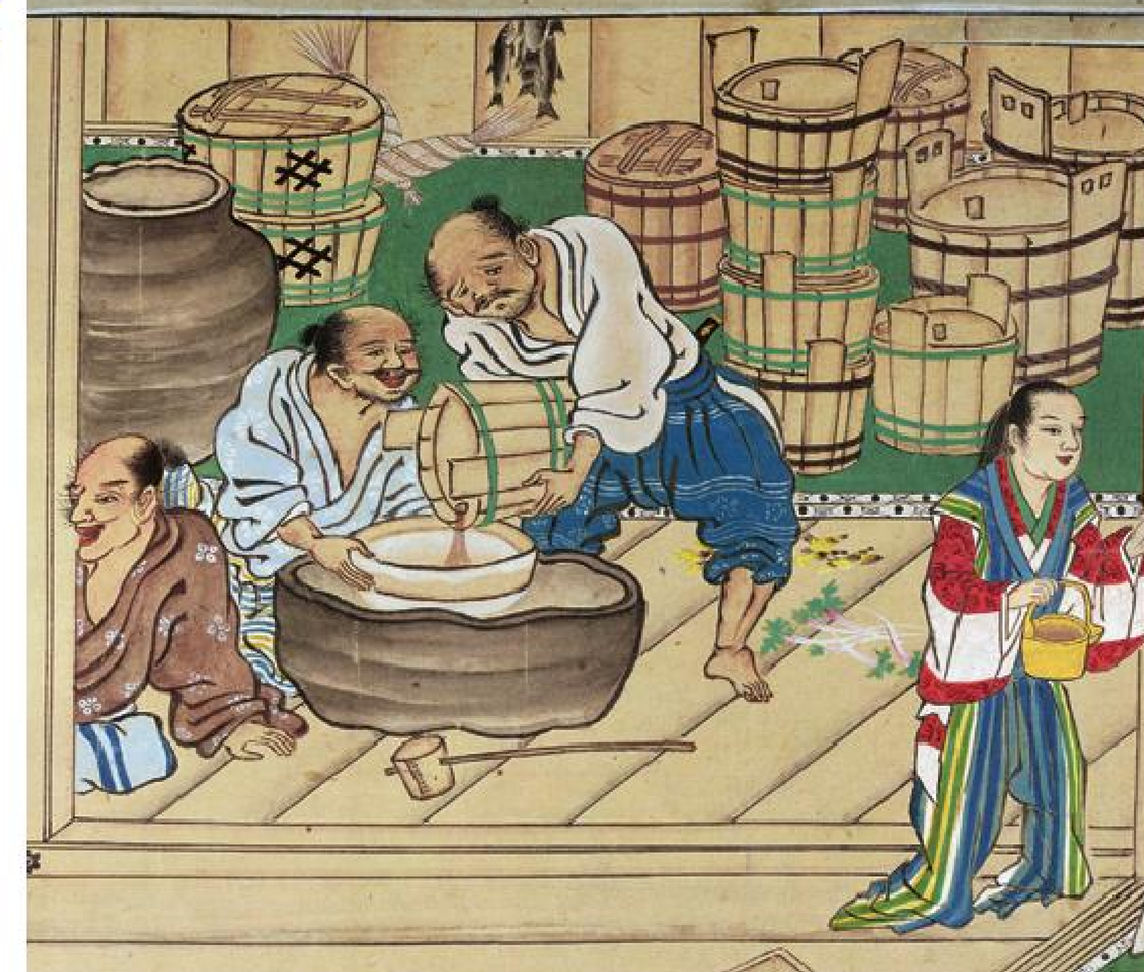
La santé est souvent associée à la gastronomie japonaise. Après la macrobiotique dans les années 60-80, le régime Okinawa dans les années 2000, la tendance est aujourd'hui au bio. Nous vous parlions, dans le dernier Wasabi, de l'ouverture récente du restaurant **Umi** (119 bis rue Cardinet Paris 17), spécialisé dans le sushi à base de poisson bio ou sauvage. Cette fois, toujours dans le registre santé, c'est le tofu qui est mis à l'honneur avec l'ouverture, en mai 2016, de **Tofuya** (57 rue de Richelieu Paris 1ᵉʳ) en plein quartier nippon de Paris. La boutique restaurant, gérée par l'équipe de l'épicerie Jujiya, propose le tofu sous toutes ses formes à consommer sur place ou à emporter.



Qu'on se rassure, il existe encore de nombreuses spécialités japonaises qu'on ne trouve toujours pas en France (ou en tout cas pas en tant que restaurants spécialisés) comme les *yakitori* (les vrais !) ou les *tempura*. Avis aux amateurs… ■

Un rouleau peint du XVIIe siècle, récemment traduit et publié en français, révèle, pour la première fois, comment se nourrissaient les Japonais au Moyen-Age.

Des mérites comparés du


Le filtrage du saké.

Par Patrick **MANASSON**

C'est en 1994 que la Bibliothèque Nationale française a pu racheter, à l'occasion d'une vente aux enchères à Drouot, un rouleau peint accompagné d'un texte en japonais intitulé : « Des mérites comparés du saké et du riz ». L'étude de ce document, commencée en 2009, a montré qu'il s'agissait d'une œuvre du XVIIe siècle réalisée par Kanô Motonobu, premier maître de la célèbre école Kanô.
Les éditions Diane de Selliers et la BNF se sont associées pour publier, en édition de luxe, l'intégralité de ce document exceptionnel. Il ne s'agit pas seulement, en effet, d'une œuvre d'art mais également d'un précieux témoignage sur les habitudes alimentaires des Japonais vers la fin du Moyen-âge et sur les origines du raffinement de la gastronomie nippone.
Des mérites comparés du saké et du riz se présente sous la forme très originale d'une joute oratoire entre trois personnages dont le premier défend le saké (et par conséquent l'ivresse !), le second le riz qui assure à l'homme sa survie, et un troisième qui propose, en bon bouddhiste, la « Voie du Milieu », celle qui consiste à apprécier riz et saké au cours d'un même repas.
Il faut préciser qu'à l'époque où l'ouvrage fut conçu, le Japon était régulièrement en proie à des famines et le fait de « gâcher » du riz pour en faire de l'alcool pouvait apparaître comme un crime…
Il est impossible de résumer ici toute la richesse de ce livre qui, outre le texte original magnifiquement traduit par Claire-Akiko Brisset, propose des « regards croisés » de spécialistes comme Isao Kumakura (*Saké et banquet dans le Japon du XVe siècle*) à qui l'on doit l'entrée de la gastronomie japonaise au Patrimoine de l'Unesco, l'ethnlogue Jane Cobbi (*Naissance de la gastronomie japonaise*) ou encore le conservateur Michel Maucuer : *ustensiles de vaisselle et différences sociales*…
Nous avons sélectionné quelques extraits qui, nous l'espérons, vous donneront envie de découvrir l'ensemble de l'ouvrage.



Plaidoyer en faveur du saké *(extrait)*
« …contemplerait-on neige, lune ou fleurs, sans liqueur, le charme fait défaut ! Voilà pourquoi l'on fait offrande de saké aux divinités du Ciel et de la Terre elles-mêmes. Ce nectar a encore la vertu de rapprocher les gens. Il a le mérite de nous élever dans le

saké et du riz

monde. Il a le pouvoir de libérer les sentiments. Dans un banquet, nous offrirait-on friands morceaux ou mets aux saveurs délicatement assorties, le cordial confisqué, ces agapes ne valent pas grand-chose… »

PLAIDOYER EN FAVEUR DU RIZ *(EXTRAIT)*

Or donc, loin de se borner à grignoter le riz, nos ivrognes en font qui plus est pourrir force mouds pour fabriquer leur vinasse. Quel gâchis !

Vous dirais-je les fâcheuses manies d'aucuns qui, après boire, errent en titubant ça et là ? Une fois chus dans le canal ou les latrines, les voilà qui rient jaunes, répugnants de la tête aux pieds, les souliers crottés et tout leur attirail. Connaissez-vous plus dégoûtant, plus infâme spectacle ?

… Quand on songe à tout cela, rien ne vaut l'abstinent… Un bol copieux de riz, tout bombé tel le crâne de Jizô, voilà qui nous assure une rencontre salvatrice dans les Six Voies ».

Le service et la cuisine.



PLAIDOYER EN FAVEUR DE LA TEMPÉRANCE *(EXTRAIT)*

« Qui ne boit guère est ennuyeux, qui boit trop est détestable. Un licheur mis au ban du monde offre un spectacle répugnant dans son délire furieux. A l'inverse, que sont navrantes les moues des abstinents dans leurs maussades assemblées !

Voici comment procède le buveur modéré : il dispose en juste quantité autant riz que saké, et buvant et mangeant s'assure longue vie. L'alacrité des bateleurs et des jongleurs tomberait s'ils n'étanchaient leur soif. Lutteurs, alcides ou colosses ne seraient bons à rien le ventre vide… C'est pourquoi, en toutes choses, rien ne vaut le juste milieu. » ■

Des Mérites comparés du saké et du riz, illustré par un rouleau japonais du XVIIe siècle. Editions Bnf et Diane de Selliers. 250p. 160 €.



Fade

Ecrivain et journaliste culinaire japonaise installée en France, Ryoko Sekiguchi n'a jamais cessé de nous étonner en publiant des ouvrages aux titres aussi surprenants que *L'astringent* ou *Manger fantôme*…

Cette fois, elle s'attaque à une notion en apparence banale : le fade. Ce qualificatif, souvent associé, par les Français, à la cuisine japonaise, est pour elle le point de départ d'une réflexion sur l'arrière-fond culturel qui sous-tend les goûts et les dégoûts de chacun. Ainsi, le tofu, le konyaku ou le mochi sont-ils presque toujours qualifiés de « fades » par les Français alors que la majorité des Japonais en apprécient la délicatesse et, au-delà du goût, le *nodogoshi*, le « toucher de gorge ».

Une passionnante balade littéraire et gastronomique qui emmène le lecteur bien au-delà du domaine culinaire, dans les régions de la tristesse et de l'obscurité, aux frontières de la vie et de la mort.

Fade de Ryoko Sekiguchi aux éditions Les Ateliers d'Argol. 90p. 15€.

Comment vendre le **saké** aux Français ?

Depuis une dizaine d'année, le saké est incontestablement en train de gagner en popularité en France. De plus en plus de Français amateurs de cuisine japonaise ont fini par comprendre que le saké n'est pas un alcool distillé à boire en digestif mais une boisson fermentée qui titre à peine plus que le vin. Les consommateurs français ont cependant encore beaucoup à apprendre sur le saké. C'est aux restaurateurs, aux sommeliers ou aux cavistes spécialisés d'en expliquer toute la subtilité. Chacun a sa méthode…

Par Ryoko **Sekiguchi**

Xavier Thuizat, chef sommelier du restaurant « Lili » à l'hôtel Peninsula Paris, qui propose une gastronomie cantonaise, a introduit les sakés dans sa carte des vins dès l'ouverture du restaurant : « Certains goûts rendent l'accord difficile pour les vins : l'acidité, les œufs (de poisson, de volaille), l'amertume, le goût iodé. Les soupes, par exemple, sont difficiles à marier avec un vin.

Présenter des sakés de haute qualité

Ce sont justement ces éléments que les sakés peuvent accompagner à merveille. La cuisine cantonaise m'a donc paru parfaite pour essayer ce mariage avec des sakés élégants ».

Ci-dessous, Xavier Thuizat et Keiichiro Miyagawa au Japon.





Résultat : même les clients japonais apprécient les judicieux mariages que les sakés japonais produisent, ajoutant toute une gamme d'arômes à la gastronomie chinoise. Toshirô Kuroda, patron d' Issé Workshop, a énormément contribué à l'entrée des sakés dans les restaurants gastronomiques français. Selon lui, « si on fait venir des sakés du Japon, compte tenu de la distance et des coûts de transport, il vaut mieux que ce soient des bons, voire d'excellents sakés. Ce qui ne va dans le sens d'un produit populaire et bon marché. »

Mettre en avant le goût du partage et de la convivialité

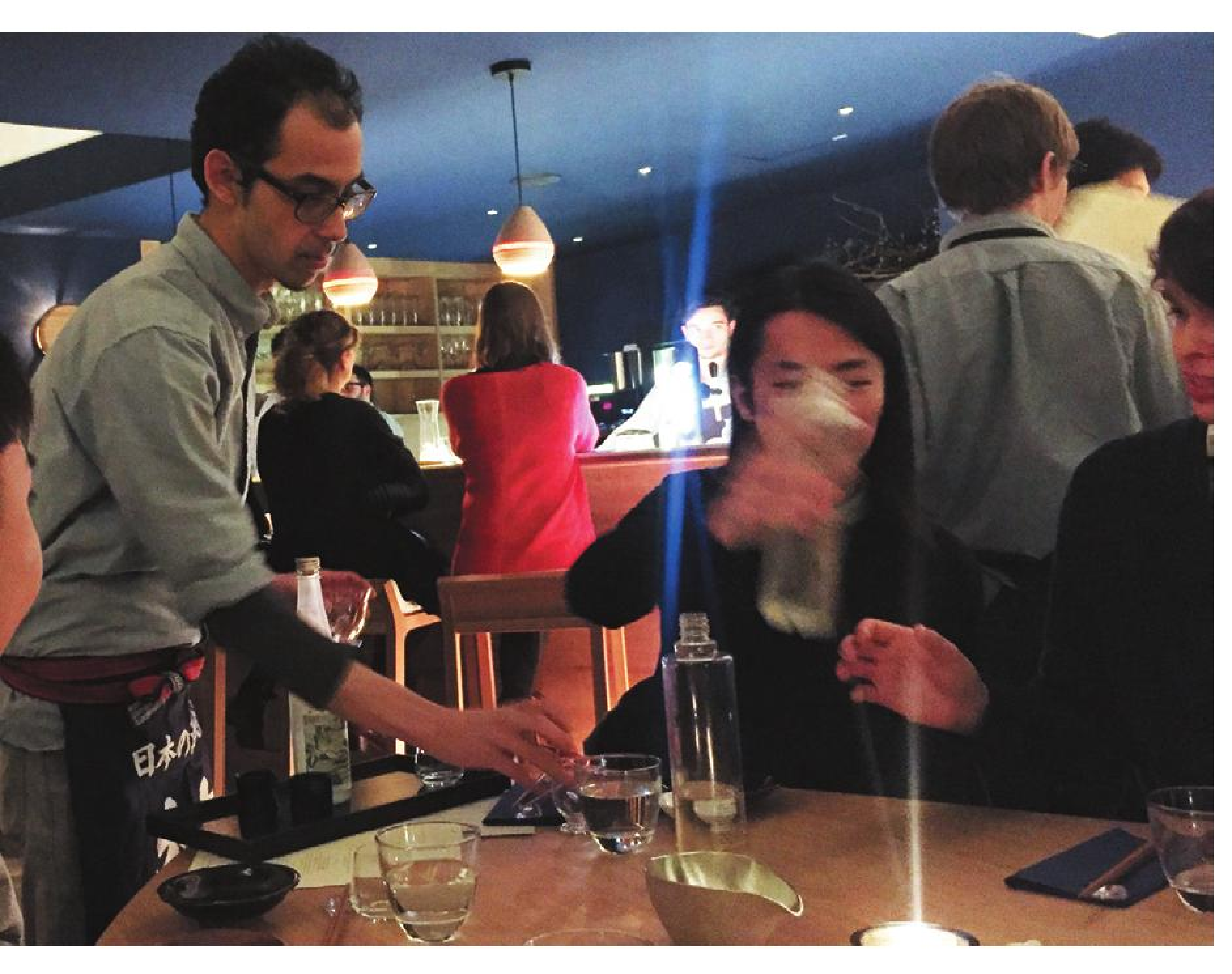
À La Maison du Saké, vaste espace de 100 couverts récemment ouvert dans le quartier

des Halles, l'accent est davantage mis sur la convivialité. Youlin Ly, le patron du lieu, mise beaucoup sur le développement du saké en France : « Nous proposons une cuisine d'izakaya, comparable aux bistros d'ici. Nos clients vient boire entre amis, partager les mêmes bouteilles, les mêmes plats pour passer une soirée amicale. Et si la bouteille qu'ils ont testée leur a plu, ils peuvent bien évidemment l'acheter en sortant, puisque nous sommes aussi cavistes. »

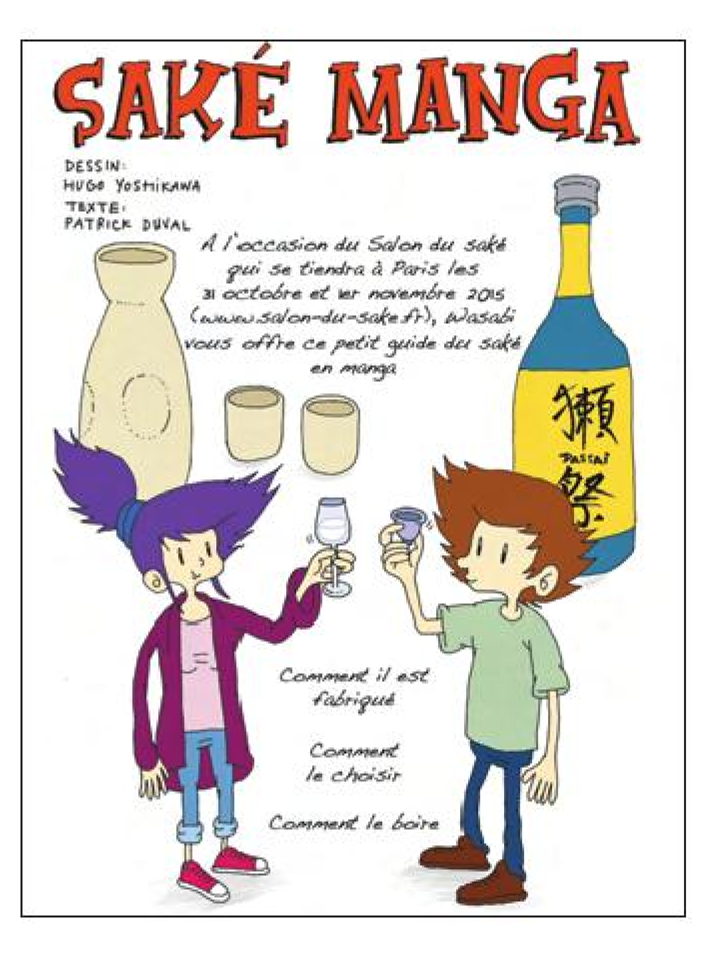
Même approche pour Jérôme Bracco, gérant de Kura, un restaurant de cuisine japonaise dans le 16e arrondissement, pour qui le saké est aussi, avant tout, une boisson conviviale. Les sakés qu'il propose sur sa carte proviennent de petits producteurs qu'il sélectionne lui-même au Japon : « Notre clientèle est très variée ; il y a des Japonais mais aussi des Français, et le week-end, beaucoup de familles. Les habitués peuvent toujours découvrir de nouvelles cuvées puisque je change une partie de ma carte à chaque saison : en hiver on apprécie plus les sakés amples avec les *nabé* (marmites) par exemple, alors qu'au printemps et l'été, on préfèrera des sakés plus fruités, plus fins, qui iront avec les plats frais. »

Raconter une histoire

Mais ce dont tout le monde témoigne à l'unisson, c'est de l'importance de « racon-



Youlin, patron de la Maison du saké, le jour de l'inauguration.



Supplément publié par Wasabi à l'occasion du Salon du saké 2015.

ter une histoire » autour du saké. Xavier Thuizat décrit pour les cuvées qu'il a choisies, leurs particularités et ses impressions personnelles. Youlin confirme : évoquer les paysages du saké est plus qu'important. C'est la raison pour laquelle il sélectionne chaque mois « une région » et non un type de saké. Les dialogues que les clients peuvent avoir directement avec des producteurs venant du Japon à l'occasion des dégustations mensuelles les aideront à mieux percevoir la sensibilité de chaque saké.

Patrick Duval, patron d'Issé Izakaya, est du même avis : « Boire du saké doit ressembler à un petit voyage au Japon. Les clients l'apprécient beaucoup mieux quand on leur donne quelques clés. »

Toshirô Kuroda le confirme mais refuse souvent de parler technique : « Parfois, plutôt que d'aborder les histoires de polissage des grains de riz, je me contente de parler de la tristesse des fougères, de l'automne, de la beauté d'une dame qui est en train de vivre ses derniers beaux jours… » Et la magie fonctionne encore mieux !

Ne pas négliger les débutants

Lorsqu'on vient demander à Toshirô Kuroda comment il s'y prend pour faire aimer le saké aux Français, il ne vous répond pas avec des mots mais avec une bouteille et un verre car pour lui, le saké est d'abord affaire de sensation et de goût. « Les gens qui sont formés à déguster des bonnes choses savent instinctivement quels sont les bons sakés. » Parfois, et seulement s'il sent que le client est prêt à jouer le jeu, Xavier Thuizat glisse un *koshu* (saké maturé) à côté d'un Xérès ou d'un de vin jaune, sans rien dire. « D'abord le client perçoit une certaine proximité puis il découvre toute la richesse du saké. »

Réaliste, Patrick Duval reconnaît que la plupart des Français amateurs de saké (il s'inclut lui-même dans cette catégorie !) sont très loin de vraiment connaître cette boisson. « On observe une vraie demande d'information c'est pourquoi nous diffusons gratuitement une petite BD (*Saké Manga*) qui explique ce ▪▪▪



Patrick Duval avec le producteur de saké Kuheiji Kuno.

qu'est le saké et comment le boire. Nous formons ainsi de véritables « ambassadeurs du saké » capables de l'expliquer à leurs amis et de les transformer en nouveaux adeptes… ».
Pour Kaoru Iida, représentante en France de la marque « Dassai », il faut surtout faciliter au maximum l'accès au saké pour les débutants : « Lorsqu'un Français décide de boire du saké pour accompagner son repas, il fait déjà un grand pas ! Alors il ne faut pas lui compliquer la tâche en le forçant à choisir dans une liste de sakés interminable. Proposer une ou deux références est peut-être la bonne solution... » Quand ils ont repéré une marque, les clients sont fiers de montrer à leurs amis qu'ils s'y connaissent.
Comment faut-il réagir lorsqu'un client trouve le prix du saké un peu élevé par rapport au vin ? Kaoru Iida conseille aux restaurateurs de le comparer au champagne.
« Personne ne s'étonne qu'une bouteille de champagne puisse coûter 60 euros car on sait bien que les étapes de fabrication sont nombreuses et délicates. »

Faire déguster pour initier

A la Maison du Saké, ouverte tout récemment aux Halles, Youlin propose un « saké du mois » en dégustation à 3 euros ; « Comme nous sommes ouverts non-stop, il y a beaucoup de gens qui passent à l'heure d'apéritif et prennent un verre de saké avec un petit plat. Nous pouvons nous permettre ce prix attractif car nous sommes nous-mêmes importateur, et nous avons cette stratégie d'augmenter les volumes pour baisser les prix. »
Chez Issé Izakaya, Patrick Duval organise aussi régulièrement des dégustations. « Rien de tel, pour affiner le palais, que de comparer différents sakés et de partager ses impressions avec ses amis. Les clients sont toujours stupéfaits de constater la variété des goûts qu'on obtient en utilisant seulement de l'eau et du riz… » Il propose des petits sets de trois verres de sakés très différents allant du plus classique au plus raffiné…
Distributeur d'une quarantaine de références, Keiichirô Miyagawa, sommelier de formation, essaie de convaincre les restaurants français d'introduire le saké sur leur carte :
« une nouvelle ère a déjà commencé, affirme-t-il : même pour les vins, la diversité est de mieux en mieux acceptée, on peut choisir les vins du monde entier, naturels, biodynamiques… C'est pareil pour la cuisine, les goûts tendance, comme le fumé, une belle acidité, épicé, iodé, ou la mode de la nouvelle cuisine péruvienne avec des plats comme le ceviche, peuvent très bien accueillir le saké. C'est une boisson qui complète bien les vins. À part les vins et les sakés, même en cherchant dans le monde entier, on ne trouve pas beaucoup d'alcools non distillés qui possèdent cette ampleur… »

Transformer le saké en spectacle

Chez Lili, les contenants sont aussi importants que les contenus. Les verres ultra-fins en provenance du Japon ou d'Autriche, tellement légers qu'on croit tenir à la main le poids du liquide et rien d'autre, correspon-

Adresses

Atelier Foodex
4, Impasse des Carrières
75016 Paris
Tél : 01 46 47 44 39

Kura
56, rue de Boulainvilliers
75016 Paris.
Tél : 01 45 20 18 32

Issé Izakaya
45, rue de Richelieu,
75001 Paris.
Tél : 01 42 96 26 60

La Maison du Saké,
11, rue Tiquetonne,
75002 Paris.
Tél : 09 67 61 97 03

Lili, dans l'Hôtel Peninsula, 19 avenue Kléber, 75116 Paris.
Tél : 01 58 12 67 50

Workshop Issé et Bis,
10 et 11 rue Saint-Augustin 75002 Paris. 75002 Paris.
Tél. 01 42 96 26 74

dent à l'image des sakés qu'ils proposent : sophistiqués, fins, de rare qualité. Pour les sakés servis chauds, en hiver surtout, ils apportent un kit de saké sur la table ; le flacon est mis au bain-marie et les clients peuvent vérifier eux-mêmes la température. Xavier Thuizat note que le « côté spectacle » a aussi son importance : « lorsque je traverse la salle avec une grande bouteille de saké de 1,8 L, les clients sont intrigués et me demandent ce que c'est, ça leur donne envie de goûter. » Ainsi, en 2015, quelque 2300 verres de saké ont été dégustés dans son restaurant.

Au Kura, le saké est servi dans des *chokko*, petits gobelets à saké traditionnels ; le serveur en présente de plusieurs types, de tailles et de couleurs différentes pour que les clients puissent en choisir un comme cela se fait au Japon. « Je tiens à ce qu'ils le goûtent à la japonaise, qu'en mangeant cette cuisine, ils se sentent au Japon. »

Dans sa nouvelle boutique de bentô « Hana », Jérôme Bracco compte également proposer le *Kappu zaké* (saké vendu dans un petit flacon en verre) ; c'est un saké de forme populaire au Japon, et très pratique puisque conditionné en portions personnelles : « les *kappu zaké* de bonne qualité existent aussi, en provenance de petits producteurs, et je voudrais bien les faire découvrir ; quand vous sortez du bureau et que vous n'avez pas envie d'aller au restaurant ni de faire la



Dégustation de saké chez Isse Izakaya.

■■■ cuisine, il y a un moyen de se faire plaisir, avec un bentô de produits de qualité et du saké intéressant à un prix honnête. »

Multiplier les événements sur le saké

Keiichirô Miyagawa a beaucoup étudié l'évolution de la consommation du vin au Japon dans les années 80. « C'est au moment où il a commencé à y avoir, à la fois dans les hauts lieux de la gastronomie et en grandes surfaces, des propositions de bouteilles de différents niveaux que le marché a vraiment décollé. Je suis certain qu'il en ira de même pour le saké. Il faut une certaine diversité pour attirer le plus grand nombre d'amateurs. »

La multiplication des événements est également un facteur favorable. Le Salon du saké est une belle opportunité de rencontre pour les futurs clients, qui viennent y découvrir et trouver le saké de leur goût, mais toutes les autres dégustations et des soirées d'accords mets et vins sont les bienvenues pour nous tous qui travaillons dans le saké.

Nous avons également besoin de publications sur cette boisson : manuels, guides (comme le petit guide du saké en manga édité par Wasabi), livres gastronomiques (comme ceux de Toshirô Kuroda ou Laurent Feneau)… Là aussi, la multiplicité des approches permettra aux Français de découvrir l'univers du saké. »



Kaoru Iida et Keiichiro Miyagawa au dernier salon du saké.

Former le personnel

Xavier Thuizat donne parfois des cours de saké en section Sommelier à l'école hôtelière et communique avec ses confrères : « C'est lorsque l'équipe connaît elle-même bien les sakés, qu'elle les aime et les apprécie vraiment qu'elle peut conseiller les clients avec conviction. Aux jeunes sommeliers, je dis toujours que le saké est l'avenir des sommeliers français ». Kaoru Iida propose aussi des formations sur le saké auprès des restaurants. Pour elle, l'avenir du saké est entre les mains des jeunes sommeliers, car ils sont plus ouverts et curieux aux nouveaux goûts. Elle pense aussi que l'éducation des acteurs dans le domaine (distributeurs et vendeurs) est aussi importante.

Keiichirô Miyagawa, quant à lui, met l'accent sur la nécessité d'aller informer directement les cuisiniers : « Dans un restaurant français, même si le sommelier est prêt à ajouter un saké à sa carte, tant que le chef est réticent à faire goûter ses plats avec du saké, ça ne marchera pas. Il faut aussi que le personnel de salle soit formé pour que la boucle soit bouclée. ».

Même constat chez Foodex, importateur et grossiste en produits alimentaires pour la restauration japonaise. Pour Benoît Cauffet, le nouveau président de la société, le saké est un produit qui nécessite une pédagogie particu-

lière : « Il est primordial que les restaurateurs connaissent bien les sakés qu'ils mettent sur leur carte. C'est la raison pour laquelle nous avons ouvert un showroom spécifiquement dédié au saké avec deux personnes à plein temps. Nous y organisons régulièrement des événements et des dégustations en présence de producteurs ou de spécialistes capables de transmettre leur savoir.»

Diviniser le saké

Laissons, pour finir, la parole à Sylvain Huet, l'organisateur du Salon du saké à Paris (1), qui inlassablement, parcourt l'hexagone afin d'expliquer cette boisson aussi bien aux amateurs qu'aux professionnels : « Dans mon parcours personnel, à travers mes nombreux voyages et séjours, le saké a été et continue d'être véritablement un lien puissant, sensoriel, émotionnel, souvent de l'ordre de l'indicible, pour aller vers l'autre. Si le saké, au Japon, est réputé faciliter les relations sociales entre les hommes, il est en premier lieu la boisson des divinités japonaises, les *kami*, établissant un lien, un équilibre entre différents mondes, différentes réalités.»

Le saké boisson des dieux ! Peut-on trouver meilleur argument commercial ?

(1) Prochaine édition les 22, 23 et 2 octobre 2016. Rens. sur www.salon-du-sake.fr

L'Atelier de saké de Foodex.



Un voyage qui ne fut pas v(a)in

En février dernier, 2 sommeliers français étaient invités par le Gouvernement japonais à découvrir les méthodes de fabrication du saké. Wasabi a pu les accompagner dans une dizaine de *sakagura*,(maisons de saké) des plus prestigieuses aux plus modestes

Par Patrick **DUVAL**

De 3000 dans les années 70, le nombre de *sakagura* au Japon est tombé, aujourd'hui, à moins de 1200. En cause, la désaffection des Japonais pour le *nihonshu* au profit de boissons comme le vin où la bière qui bénéficient d'une image plus jeune. Et comme la population en âge de boire de l'alcool ne cesse de diminuer, la tendance n'est pas près de s'inverser. D'où l'idée, soutenue par le Gouvernement nippon, d'encourager l'exportation de la boisson nationale en la faisant mieux connaître des professionnels de la restauration.

Pour Xavier Thuizat, sommelier du Peninsula Paris, ce n'était pas le premier voyage au Japon, loin s'en faut : marié à une Japonaise, Xavier connait le saké depuis déjà plusieurs années. Pour son collègue Vincent Javaux, sommelier chez Ledoyen, il s'agissait en revanche d'une véritable découverte.

Accompagnés de Kei Miyagawa, importateur du saké Dassai en France, nos deux compères ont débuté leur séjour par une « méga » dégustation à Tokyo : une cinquantaine de sakés différents présentés par 15 maisons venues des quatre coins du Japon. L'occasion de comparer les arômes et de marquer quelques préférences. Ils ont ensuite enchaîné les visites de *sakagura* afin de bien comprendre comment est produite cette boisson si particulière. Du polissage des grains à la cuisson du riz jusqu'à l'adjonction des champignons de fermentation et à la filtration finale, Xavier et Vincent se sont



Xavier Thuizat et Vincent Javaux dans une izakaya de Tokyo.



fait expliquer chaque étape de l'élaboration du *nihonshu*. « Grâce à ce voyage, estime Xavier Thuizat, je peux maintenant parler plus aisément du saké à mes clients, leur expliquer les différentes méthodes de fabrication, l'importance de l'eau, du taux de polissage... ». Un véritable plus pour l'établissement qui écoule chaque année pas moins de 2300 verres de sakés ! « Le saké, reconnaît Xavier, trouve naturellement sa place là où le vin échoue : avec les soupes, les ormeaux, par exemple ou encore avec les légumes marinés... »

Même curiosité pour Vincent Javaux qui, même après ce voyage, se considère toujours comme « novice ».

« Etre capable d'apprécier le saké n'a rien d'évident, reconnaît-il. On se retrouve un peu comme un enfant qui goûte pour la première fois du vin… »

Pourtant, Xavier Thuizat en est persuadé, « malgré la concurrence avec nos vins prestigieux, le saké incarne la nouveauté et la curiosité dans nos verres et a tout à fait sa place dans un repas français… » ■

Dégustation à Tokyo. Une quinzaine de maisons de sakés présentaient leurs produits.

Chef de la rubrique Vins à Cuisine et vins de France, Karine Valentin s'est récemment initiée au saké. Pour Wasabi, elle analyse les différences entre les deux boissons

Saké VS vin

Par Karine **VALENTIN**

C'était il y a deux ans au palais Brongniart, autrefois communément appelé palais de la Bourse ; la Revue du Vin de France magazine spécialisé en vin, avait organisé pour les amateurs parisiens une immense dégustation. L'un de ces stands proposait alors de goûter des sakés à un public d'amateurs de vin mais ignorant totalement les us et coutumes de la boisson issue de riz fermenté. La plupart des dégustateurs pensaient que le saké se réduisait à l'alcool tiède servi dans une céramique douteuse griffée d'un dessin aussi vulgaire et insipide que le liquide contenu. Il ont découvert un alcool élaboré avec soin à partir de riz poli puis fermenté, donnant un breuvage incolore ou presque titrant entre 14° et 17°, aux parfums aussi subtils et déroutants que les vins peuvent être fruités, acides, puissants et tanniques.

Pour l'amateur de vin, l'accord mets/sakés est une option inattendue, une version différente du mariage entre l'assiette et le verre. Le saké -au Japon le mot signifie alcool tout simplement- est né voilà 2000 ans, mais aujourd'hui élaboré un peu partout dans le monde sans notion de terroir, il trouvera, quelle que soit la cuisine, régionale ou nationale, toujours un plat à épouser. Une récente expérience dans le cadre d'accords insolites entre foie gras et saké fût une révélation. Idem pour le fromage. Sa fraîcheur est un révélateur de goût qui porte le plat sans l'agresser.

Servi froid (5°) ou chaud (55°), le saké s'efface au moment de l'accord pour revenir en retro-olfaction. L'absence de structure tannique ou de goût boisé qui pourraient atténuer la subtilité d'une recette dans le cas d'un vin rouge ou blanc, offre une alternative remarquable à l'accord. Au nez, son parfum n'explose pas immédiatement, il faut aller à la rencontre de son bouquet fleuri, fruité ou épicé. A la dégustation, pas besoin de faire rouler sous la langue, le saké a trop de subtilités pour ça. D'une attaque légère, il se révèle en milieu de bouche et en finale, mais c'est surtout après l'avoir avalé que l'on juge la puissance d'un *Junmai*, saké issu du pur riz, sans alcool ajouté.



Karine Valentin :"Le saké est une boisson de l'éphémère."

Peu importe la complexité, les meilleurs bouteilles de *Ginjo, Daiginjo* ou *Junmai-daiginjo* brillent par leur pureté, due au taux de polissage du riz, à l'eau qui entre dans sa composition et surtout au savoir-faire du maitre brasseur qui, au même titre qu'un chef de cave champenois est un homme de l'art. La preuve en est la récente collaboration entre Régis Camus, chef de cave du champagne Piper Heidsieck et la maison Dassaï pour l'élaboration du premier saké franco-japonais : Heavensake.

Enfin; si l'on considère que les amateurs de vins recherchent avant tout l'équilibre, il est certain que la pureté des sakés saura les séduire, même si, à la différence des grands vins, ils ne vieillissent pas. Boisson de l'éphémère, le saké respecte son dégustateur par l'exemplaire subtilité de sa structure.

Otafuku

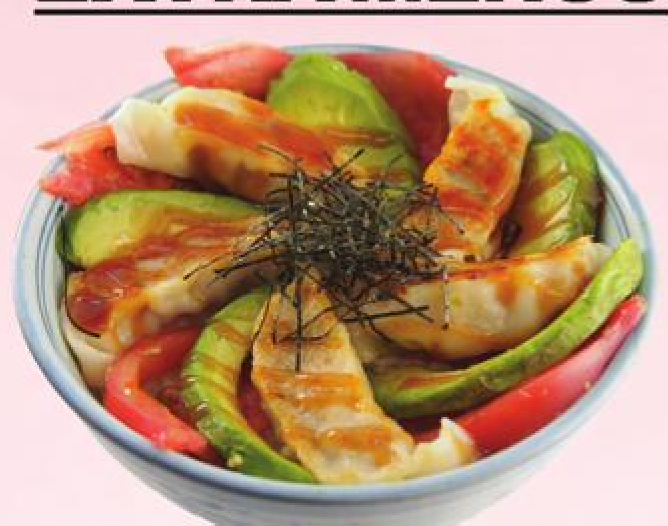
JFC FRANCE

Vegetable OKONOMI GYOZA

La sauce sucrée se marie très bien avec les Gyoza !



EXTRA MENUS



OKONOMI GYOZA DON
(Tomate et avocat)



OKONOMI GYOZA DON
(Tomate, fromage, et basilic)



SOUPE GYOZA à la Sauce OKONOMI

日本の地酒



Paris

www.atelierdusake.com

contact@atelierdusake.com

01 46 47 44 39

2, impasse des carrières - 75016 Paris

Importation - Distribution - Dégustation - Formation